

Marzo 2014

## COMMERCIO AL DETTAGLIO

■ A marzo 2014 l'indice destagionalizzato delle vendite al dettaglio (valore corrente che incorpora la dinamica sia delle quantità sia dei prezzi) registra una diminuzione rispetto al mese precedente (-0,2%). Nella media del trimestre gennaio-marzo 2014, l'indice registra una flessione dello 0,3% nei confronti dei tre mesi precedenti.

■ Nel confronto con febbraio 2014, diminuiscono le vendite di prodotti alimentari (-0,4%), mentre restano invariate quelle di prodotti non alimentari.

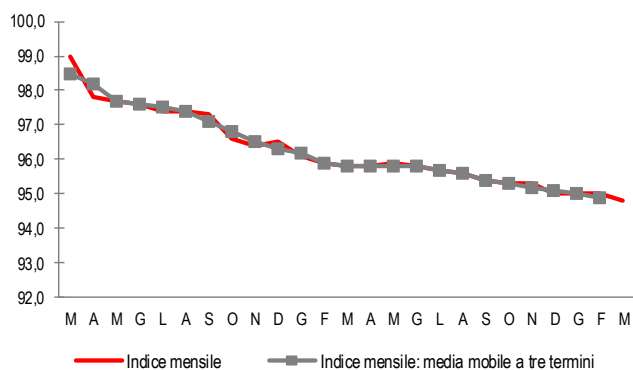
■ Rispetto a marzo 2013, l'indice grezzo del totale delle vendite segna una flessione del 3,5%. Variazioni tendenziali negative si registrano sia per le vendite di prodotti alimentari (-6,8%), sia per quelle di prodotti non alimentari (-1,5%).

■ Con riferimento alla forma distributiva, nel confronto con il mese di marzo 2013 si registrano cali sia per le vendite della grande distribuzione (-5,1%), sia per quelle delle imprese operanti su piccole superfici (-2,3%).

■ Nei primi tre mesi del 2014, l'indice grezzo diminuisce dell'1,8% rispetto allo stesso periodo del 2013. Le vendite di prodotti alimentari segnano una flessione del 2,9% e quelle di prodotti non alimentari dell'1,3%.

### COMMERCIO AL DETTAGLIO

Marzo 2012 - Marzo 2014, indice destagionalizzato e media mobile (base 2010 =100)



### COMMERCIO AL DETTAGLIO

Marzo 2012 - Marzo 2014, variazioni percentuali sul mese precedente, dati destagionalizzati



congiunturali

### COMMERCIO AL DETTAGLIO

Marzo 2012 - Marzo 2014, variazioni percentuali sullo stesso mese dell'anno precedente, dati grezzi



tendenziali

Prossima diffusione: 25 giugno 2014

**PROSPETTO 1. COMMERCIO AL DETTAGLIO A PREZZI CORRENTI PER SETTORE MERCEOLOGICO E FORMA DISTRIBUTIVA**

Marzo 2014 (a), variazioni percentuali (indici in base 2010=100)

Settore merceologico e forma distributiva	Dati destagionalizzati		Dati grezzi	
	<u>Mar 14</u>	<u>Gen 14-Mar 14</u>	<u>Mar 14</u>	<u>Gen-Mar 14</u>
	Feb 14	Ott 13-Dic 13	Mar 13	Gen-Mar 13
<b>Alimentari</b>	-0,4	-0,5	-6,8	-2,9
Grande distribuzione			-6,7	-2,4
Imprese operanti su piccole superfici			-6,6	-4,0
<b>Non alimentari</b>	0,0	-0,2	-1,5	-1,3
Grande distribuzione			-2,5	-0,5
Imprese operanti su piccole superfici			-1,0	-1,7
<b>Totale</b>	<b>-0,2</b>	<b>-0,3</b>	<b>-3,5</b>	<b>-1,8</b>
Grande distribuzione			-5,1	-1,7
Imprese operanti su piccole superfici			-2,3	-2,1

(a) Dati provvisori

**Forma distributiva e tipologia di esercizio**

Nel confronto con il mese di marzo 2013 (Prospetto 1), si registrano flessioni del 5,1% per le vendite delle imprese della grande distribuzione e del 2,3% per quelle delle imprese operanti su piccole superfici.

Nella grande distribuzione le vendite diminuiscono, in termini tendenziali, del 6,7% per i prodotti alimentari e del 2,5% per quelli non alimentari. Nelle imprese operanti su piccole superfici le vendite segnano un calo del 6,6% per i prodotti alimentari e dell'1,0% per quelli non alimentari.

Con riferimento alla tipologia di esercizio della grande distribuzione (Prospetto 2), a marzo 2014 si rilevano variazioni tendenziali negative del 5,7% per gli esercizi non specializzati e dell'1,6% per quelli specializzati. Tra i primi, diminuiscono del 6,1% le vendite degli esercizi a prevalenza alimentare e dello 0,3% quelle degli esercizi a prevalenza non alimentare.

In particolare, per quanto riguarda gli esercizi non specializzati a prevalenza alimentare, le vendite dei discount diminuiscono dell'1,5%, quelle dei supermercati del 6,9% e quelle degli ipermercati del 7,1%.

**PROSPETTO 2. COMMERCIO AL DETTAGLIO A PREZZI CORRENTI PER TIPOLOGIA DI ESERCIZIO DELLA GRANDE DISTRIBUZIONE**

Marzo 2014 (a), variazioni percentuali (indici in base 2010=100)

Tipologie di esercizio	<u>Mar 14</u>	<u>Gen-Mar 14</u>
	Mar 13	Gen-Mar 13
Esercizi non specializzati	-5,7	-2,0
A prevalenza alimentare	-6,1	-2,2
Ipermercati	-7,1	-2,7
Supermercati	-6,9	-3,0
Discount di alimentari	-1,5	+1,2
A prevalenza non alimentare	-0,3	+0,5
Esercizi specializzati	-1,6	+0,2
<b>Grande distribuzione</b>	<b>-5,1</b>	<b>-1,7</b>

(a) Dati provvisori

## Andamento delle vendite per dimensione di impresa

Con riferimento alla dimensione delle imprese (Prospetto 3), nel mese di marzo 2014 il valore delle vendite diminuisce, in termini tendenziali, del 3,5% nelle imprese fino a 5 addetti, del 3,1% in quelle da 6 a 49 addetti e del 3,9% in quelle con almeno 50 addetti.

### PROSPETTO 3. COMMERCIO AL DETTAGLIO A PREZZI CORRENTI PER CLASSE DI ADDETTI

Marzo 2014 (a), variazioni percentuali (indici in base 2010=100)

Classi di addetti	Mar 14 Mar 13	Gen-Mar 14 Gen-Mar 13
Fino a 5 addetti	-3,5	-3,2
Da 6 a 49 addetti	-3,1	-2,4
Almeno 50 addetti	-3,9	-0,9
<b>Totale</b>	<b>-3,5</b>	<b>-1,8</b>

(a) Dati provvisori

## Prodotti non alimentari

Per quanto riguarda il valore delle vendite di prodotti non alimentari (Prospetto 4), a marzo 2014 si registrano variazioni tendenziali negative in quasi tutti i gruppi di prodotti, con l'eccezione dei gruppi Calzature, articoli in cuoio e da viaggio (+2,6%) e Utensileria per la casa e ferramenta (+1,1%). Le flessioni di maggiore entità, invece, riguardano i gruppi Cartoleria, libri, giornali e riviste (-5,4%) e Dotazioni per l'informatica, telecomunicazioni, telefonia (-4,8%).

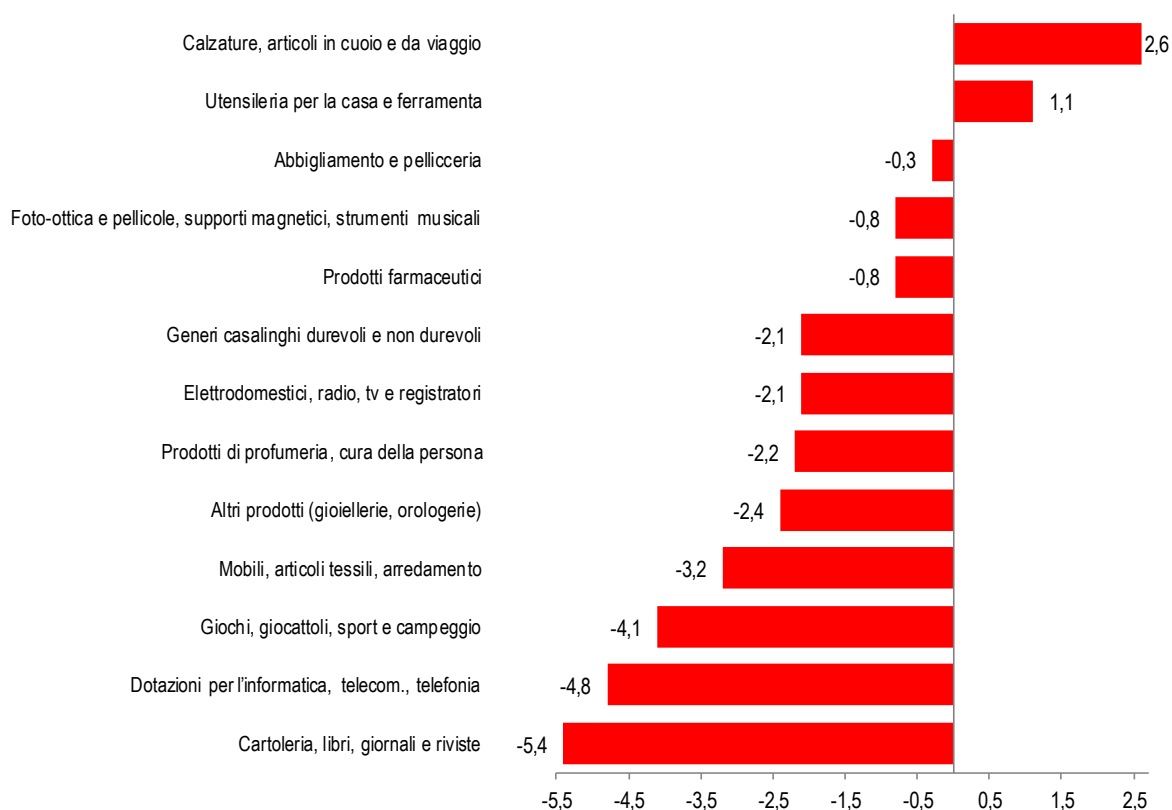
### PROSPETTO 4. COMMERCIO AL DETTAGLIO A PREZZI CORRENTI PER GRUPPI DI PRODOTTI

Marzo 2014 (a), variazioni percentuali (indici in base 2010=100)

Gruppi di prodotti	Mar 14 Mar 13	Gen-Mar 14 Gen-Mar 13
<b>Alimentari</b>	<b>-6,8</b>	<b>-2,9</b>
<b>Non alimentari</b>	<b>-1,5</b>	<b>-1,3</b>
Prodotti farmaceutici	-0,8	-1,4
Abbigliamento e pellicceria	-0,3	-0,8
Calzature, articoli in cuoio e da viaggio	+2,6	-0,1
Mobili, articoli tessili, arredamento	-3,2	-2,3
Elettrodomestici, radio, tv e registratori	-2,1	-1,3
Dotazioni per l'informatica, telecomunicazioni, telefonia	-4,8	-2,7
Foto-ottica e pellicole, supporti magnetici, strumenti musicali	-0,8	-0,9
Generi casalinghi durevoli e non durevoli	-2,1	-1,4
Utensileria per la casa e ferramenta	+1,1	0,0
Prodotti di profumeria, cura della persona	-2,2	-0,6
Cartoleria, libri, giornali e riviste	-5,4	-3,8
Giochi, giocattoli, sport e campeggio	-4,1	-1,7
Altri prodotti (gioiellerie, orologerie)	-2,4	-2,0
<b>Totale</b>	<b>-3,5</b>	<b>-1,8</b>

(a) Dati provvisori

**FIGURA 1. COMMERCIO AL DETTAGLIO A PREZZI CORRENTI PER GRUPPI DI PRODOTTI NON ALIMENTARI**  
Marzo 2014 (a), graduatoria delle variazioni percentuali sullo stesso mese dell'anno precedente (indici in base 2010=100)



(a) Dati provvisori

## Revisioni

Il seguente prospetto riassume le revisioni calcolate come differenza tra i tassi di variazione rilasciati in occasione del comunicato stampa odierno e quelli diffusi nel comunicato precedente. Per le variazioni tendenziali si tratta della revisione corrente che viene effettuata ogni mese quando i dati divengono definitivi; per le variazioni congiunturali, alla revisione corrente si somma quella che scaturisce dalla procedura di destagionalizzazione ogni volta che si aggiunge una nuova osservazione alla serie storica.

## PROSPETTO 5. COMMERCIO AL DETTAGLIO. REVISIONE DELLE VARIAZIONI PERCENTUALI PER SETTORE MERCEOLOGICO

Febbraio 2014, differenze in punti percentuali (indici in base 2010=100)

Vendite di prodotti alimentari		Vendite di prodotti non alimentari		Vendite totali	
Tend (a)	Cong (b)	Tend (a)	Cong (b)	Tend (a)	Cong (b)
+0,1	0,0	+0,1	+0,2	0,0	+0,2

(a) Calcolate sugli indici grezzi

(b) Calcolate sugli indici destagionalizzati

## Glossario

**Grande distribuzione:** la definizione di tale aggregato è stata rivista con l'adozione della classificazione Ateco 2007, soprattutto in relazione alla sua articolazione. Rientrano nella grande distribuzione:

- **Le imprese non specializzate a prevalenza alimentare**

*Supermercato:* Esercizio di vendita al dettaglio operante nel campo alimentare (autonomo o reparto di grande magazzino) organizzato prevalentemente a libero servizio e con pagamento all'uscita, che dispone di una superficie di vendita normalmente superiore a 400 metri quadrati e di un vasto assortimento di prodotti alimentari, in prevalenza preconfezionati, nonché articoli del settore non alimentare per l'igiene e la pulizia della casa, della persona e degli animali.

*Ipermercato:* Esercizio di vendita al dettaglio con superficie di vendita superiore a 2.500 metri quadrati, articolato in reparti (alimentari e non alimentari), ciascuno dei quali avente, rispettivamente, le caratteristiche di supermercato e di grande magazzino.

*Discount di alimentari:* Esercizio di vendita al dettaglio in sede fissa di superficie medio grande che, attuando una politica di abbattimento dei costi di impianto, di gestione e di servizio, offre in self-service una gamma limitata di prodotti, generalmente non di "marca", a prezzi contenuti rispetto alla media di mercato.

- **Le imprese non specializzate a prevalenza non alimentare**

*Grande magazzino ed Esercizio non specializzato di computer, periferiche, attrezzature per le telecomunicazioni, elettronica di consumo audio e video, elettrodomestici:* in entrambi i casi si tratta di un esercizio di vendita al dettaglio di prodotti quasi esclusivamente non alimentari, che dispone generalmente di una superficie di vendita superiore a 400 metri quadrati e offre un assortimento di prodotti appartenenti a diversi settori merceologici (quali, ad esempio, elettronica di consumo, elettrodomestici, abbigliamento, mobili, articoli per la casa).

- **Le grandi superfici specializzate**

*Grandi superfici specializzate:* sono definite come imprese commerciali che attuano la vendita, attraverso esercizi in sede fissa, di una tipologia unica o prevalente di prodotti non alimentari, su una superficie di vendita generalmente superiore ai 400 metri quadrati con caratteristiche organizzative proprie della grande distribuzione.

**Non grande distribuzione:** rientrano nella Non grande distribuzione i *Punti di vendita operanti su piccola superficie* e i *Minimercati*.

**Punto di vendita operante su piccola superficie:** punto di vendita specializzato, non appartenente alla grande distribuzione, caratterizzato da una superficie inferiore ai 400 metri quadrati.

**Minimercato:** esercizio di vendita al dettaglio in sede fissa che attua in prevalenza la vendita di prodotti alimentari, la cui superficie non supera i 400 metri quadrati.

**Indice del valore delle vendite al dettaglio:** misura la variazione nel tempo del valore delle vendite al dettaglio a prezzi correnti.

**Indice destagionalizzato:** indice depurato dalla componente stagionale e dagli effetti di calendario (ad esempio: diversa durata e articolazione dei giorni della settimana nei vari mesi).

**Variazione congiunturale:** variazione percentuale rispetto al mese o al periodo precedente.

**Variazione tendenziale:** variazione percentuale rispetto allo stesso mese o periodo dell'anno precedente.